

Sektion Medien- und Kommunikationssoziologie: Kulturelle Umbrüche im Spiegel massenmedialer Symbolpolitiken (Einleitung)

Müller-Doohm, Stefan

Veröffentlichungsversion / Published Version
Konferenzbeitrag / conference paper

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Müller-Doohm, S. (1995). Sektion Medien- und Kommunikationssoziologie: Kulturelle Umbrüche im Spiegel massenmedialer Symbolpolitiken (Einleitung). In L. Clausen (Hrsg.), *27. Kongreß der Deutschen Gesellschaft für Soziologie - Gesellschaften im Umbruch: Sektionen und Arbeitsgruppen* (S. 205-206). Opladen: Westdt. Verl. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-376735>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under Deposit Licence (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.

VIII. Sektion Medien- und Kommunikationssoziologie

Leitung: Stefan Müller-Doohm

Kulturelle Umbrüche im Spiegel massenmedialer Symbolpolitiken

1. Einleitung

Stefan Müller-Doohm

Die Gegenwartsgesellschaften sind nicht nur, aber auch Mediengesellschaften - jedenfalls insofern, als die für demokratische Systeme fundamentale politische Öffentlichkeit durch die Medien der Massenkommunikation, insbesondere durch das Leitmedium Fernsehen hergestellt wird. Im Medienzeitalter sind soziale Umbrüche, wie sie in der Folge der "nachholenden Revolution" in den ehemals sozialistischen Gesellschaften stattgefunden haben, strukturelle Veränderungsprozesse, die aufgrund ihres unvorhergesehenen, überraschenden Eintritts einen spektakulären Charakter haben und sich deshalb zweimal ereignen, als zwei Wirklichkeiten: einmal als Ereignis vor Ort des tatsächlichen Geschehens, dessen Verlauf einen zufälligen Anfang und ein unvorhersehbares Ende hat. Zum anderen als eine ausschnittshafte Szenenabfolge, die wenige Zeit nach dem realen Ablauf des Ereignisses als aktuelle Information im spezifischen Nachrichtenformat präsentiert wird. Diese Präsentation von Realität ist zwar durchaus eine Dokumentation mit den Gestaltungsmitteln Ton und Bild. Aber trotz allen journalistischen Bemühens um die Authentizität und Exaktheit der Wiedergabe des Wirklichen ist sie, schon wegen ihrer notwendigerweise fragmentierten Form der publizistisch aufbereiteten Berichterstattung, eine Inszenierung des Ereignisses, und zwar eine publikumsbezogene Inszenierung, die das zielgruppenspezifische Informationsinteresse des jeweils angesprochenen Zeitungslesers oder Fernsehzuschauers unter Bedingungen kultureller Pluralisierung in Rechnung stellen muß. Das Ereignis, so zweifelsfrei es als Faktum existent sein muß, wird überhaupt erst Ereignis durch den Aufmerksamkeitswert in der Folge der Kameras, die auf die Geschehnisse gerichtet sind, der televisionären Bilderserien, die über sie auf den Millionen von Bildschirmen optisch und akustisch in Erscheinung treten.

Welcher Dramaturgie gehorcht die Konfiguration der massenmedialen Zeichen? Wie bedienen sich die Massenmedien des kulturell sedimentierten Zeichenvorrats? Welchen Einfluß hat der Modus medienspezifischer Wirklichkeitskonstruktionen auf die öffentlich wirksamen Realitätsdefinitionen? Welche Konsequenz hat die Dominanz der visuellen Logik des Fernsehens für die Textkultur?

Die Beantwortung dieser Fragen, mit der sich die Sektion Medien- und Kommunikationssoziologie seit Beginn ihrer Tätigkeit vor über 5 Jahren theoretisch und empirisch beschäftigt (Müller-Doohm/Neumann-Braun 1991, 1995), ist deshalb so bedeutsam, weil diese "Medialität des Wirklichen" (Keppler 1994) den Effekt hat, auf das zurückzuwirken, woraus die Mediendramaturgie schöpft. Daß und wie die Televisionsmedien beispielsweise über die Aktionen der oppositionellen

Kräfte in Osteuropa berichtet haben, war von unmittelbar rückwirkendem Einfluß auf den Verlauf der Umbrüche bzw. für den Erfolg und Mißerfolg der Demonstrationen. Analoge Zusammenhänge lassen sich im Fall der Informationsstrategie sowohl über den Golfkrieg als auch über die rechtsextreme Ausländerfeindlichkeit nachweisen. Aus diesem Grund ist den massenmedialen Inszenierungspraktiken eine hohe symbolische Werthaftigkeit eigen. Schon das bloße Zeigen oder Verschweigen hat, vor allem im Wie, die Qualität einer symbolisch aufgeladenen und folglich vieldeutigen Aussage. Die Viel- und Mehrdeutigkeit erklärt sich nicht zuletzt aus der Eigentümlichkeit von Symbolen. Es sind komplexe textuelle bzw. visuelle Zeichensysteme, denen ein objektiv gültiger Sinngehalt inkorporiert ist, in dem sich die innere Struktur der kulturellen Ordnung ausdrückt. Aus der Tatsache, daß Medienkommunikation Kommunikation mit kollektiv tradierten und kollektiv rezipierten Symbolen ist, resultiert für jene Telekommunikationsmedien, die in eine hegemoniale Position bei der Öffentlichkeitsvermittlung geraten sind, eine spezifische Verantwortlichkeit für alle Bereiche der politischen Kultur, allgemeiner für die Deutungskultur, für die symbolische Verfassung der Gesellschaft überhaupt (Peters 1994). Diese Verantwortungsdimension der Medien als Träger symbolischer Botschaften hat Jürgen Habermas im Auge, wenn er konstatiert, daß die medienspezifischen Formen der Thematisierung und Dethematisierung eine einzigartige Machtquelle darstellen. Er warnt davor, daß "diese Medienmacht ... durch professionelle Standards nur unzureichend eingehegt" ist (1992: 455). Dabei geht es bei den massenmedialen Strategien der Informationsverarbeitung und Realitätsdeutung nicht nur um die bekannten Mechanismen der Personalisierung von Sachfragen, der Vermischung von Information und Unterhaltung, der Sensationalisierung etc., sondern um die massenrhetorischen Praktiken der Bedeutungszuweisungen und Sinnsetzungen mit symbolischen Mitteln, gerade auch durch die suggestive Macht der Fernsehbilder. Die Wahrnehmung dieser Verantwortungsdimension für die Deutungskultur einer Gesellschaft setzt nicht zuletzt auch voraus, daß die öffentlichkeitswirksamen Medien ein selbstkritisches Bewußtsein im Hinblick auf die symbolischen Potentiale ihrer Textualisierungen und Visualisierungen haben. Darauf zielt diese medien- und kommunikationssoziologische Problemstellung: Mit welchen Symbolpolitiken versuchen die Massenmedien, Aufmerksamkeit bei ihren Rezipienten zu gewinnen?

Literatur

- Habermas, Jürgen (1992), Faktizität und Geltung. Frankfurt a.M.
 Keppler, Angela (1994), Wirklicher als die Wirklichkeit. Frankfurt a.M.
 Müller-Doohm, Stefan/Neumann-Braun, Klaus (Hg.) (1991), Öffentlichkeit, Kultur, Massenkommunikation. Oldenburg.
 Müller-Doohm, Stefan/Neumann-Braun, Klaus (Hg.) (1995), Kulturinszenierungen. Frankfurt a.M.
 Peters, Bernhard (1994), Der Sinn von Öffentlichkeit, in: Friedhelm Neidhardt (Hg.), Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegung. KZfSS, Sonderheft 34.

Prof. Dr. Stefan Müller-Doohm, Universität Oldenburg, FB 3, Institut für Soziologie, Postfach 25 03, D-26129 Oldenburg